

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pasar merupakan tempat terjadinya interaksi antara individu dengan individu lain dalam melakukan tawar menawar barang dan juga merupakan tempat kegiatan ekonomi untuk melihat hubungan masyarakat dengan aktivitas ekonomi. Selain itu tempat terjadinya kontak sosial, budaya, fisik, maupun tingkah laku individu-individu yang ada di pasar. Hal ini mengakibatkan terjadinya perubahan sosial, ekonomi, budaya, dan lain sebagainya. Sebuah pasar tidak hanya diramaikan oleh penduduk dari daerah yang bersangkutan, tetapi juga dikunjungi oleh penduduk dari daerah lain (Mustakim, 2011).

Perkembangan pasar di Indonesia sekarang ini dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu pasar modern dan tradisional, dimana kedua pasar tersebut memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Disisi lain masyarakat Indonesia memiliki selera belanja yang multimode, yang artinya dalam sesaat berbelanja ke pasar tradisional dan sesaat kemudian berbelanja di pasar modern.

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat. Tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang,

karena didalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia.

Pasar tradisional memiliki keunggulan dan kelemahan yang berbeda dengan pasar modern. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional yaitu memiliki area yang luas, harga yang rendah, sistem tawar menawar harga barang antara penjual dan pembeli dimana akan menimbulkan keakraban. Kelemahan yang dimiliki oleh pasar tradisional yaitu tampilan pasar, atmosfir, tidak adanya promosi dan iklan, jam operasional yang terbatas, tata ruang dan tata letak pasar (Santoso, 2013).

Seiring dengan perkembangan waktu, pasar tradisional mulai ditinggalkan oleh masyarakat karena pertumbuhan pasar modern yang menguat. Sinaga (2008) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).

Pasar modern terus melakukan penetrasi pasar hingga ke kota-kota kecamatan sehingga mempengaruhi minat belanja masyarakat di pasar tradisional. Pasar modern juga memiliki keunggulan yaitu faktor desain dan tampilan pasar yang bersih dan bagus, atmosfir, tata ruang, tata letak yang

rapi, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang tidak terbatas. Selain itu kelemahan yang dimiliki oleh pasar modern yaitu tidak adanya sistem tawar-menawar, harga yang lebih mahal dibandingkan dengan pasar tradisional (Santoso, 2013). Pada pasar modern juga menawarkan teknologi dan pelayanan yang berbeda dengan pasar tradisional dengan konsep one stop shopping dan kemudahan dalam sistem pembayaran.

Seperti yang saat ini terjadi di Kota Jombang dimana keberadaan toko modern di Kabupaten Jombang semakin banyak. Semakin banyaknya toko modern ini mengancam keberadaan toko-toko kecil alias pracangan di Kabupaten Jombang. Hingga kini sudah ada 153 toko modern yang tersebar di berbagai penjuru kota santri. Sebanyak 104 di antaranya merupakan minimarket. Sementara itu hingga bulan September tahun 2016 ini sudah ada 49 pemilik toko modern yang mengajukan IUTM (Izin Usaha Toko Modern). Dari keseluruhan pemohon itu, 30 di antaranya sudah mendapatkan rekomendasi dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Pasar (Disperindagpas) Kabupaten Jombang. Menurut Kepala Disperindagpas Kabupaten Jombang. Menjamurnya toko modern memang tidak bertentangan dengan Perda Nomor 15 Tahun 2014 tentang perubahan atas Perda Kabupaten Jombang Nomor 16 Tahun 2012 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Dalam Perda tersebut tidak ada pembatasan berapa jumlah minimarket boleh berdiri kota santri.

(Romza, 2016, <https://www.bangsaonline.com/berita/27409/jombang-mulai-marak-toko-modern-toko-pracangan-terancam>).

**Tabel 1.1.**  
**Data Konsumen Yang Berpindah Belanja**  
**Pada Bulan Maret-Mei 2017**

Bulan	Berpindah		Tidak Berpindah		Jumlah
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	
Maret	32	64%	18	36%	50
April	38	76%	12	24%	50
Mei	41	82%	9	18%	50

*Sumber : Penelitian 2017*

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perpindahan belanja konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern mengalami kenaikan dari bulan Maret-Mei 2017. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada bulan Maret 2017 terhadap 50 responden menyatakan bahwa 32 responden atau 64% berpindah belanja dari pasar tradisional ke pasar modern dan 18 responden atau 36% tidak berpindah belanja. Pada bulan April 2017 terhadap 50 responden menyatakan bahwa 38 responden atau 76% berpindah belanja dari pasar tradisional ke pasar modern dan 12 responden atau 24% tidak berpindah belanja. Pada bulan Mei 2017 terhadap 50 responden menyatakan bahwa 41 responden atau 82% berpindah belanja dari pasar tradisional ke pasar modern dan 9 responden atau 18% tidak berpindah belanja.

Uraian diatas mencerminkan bahwa terjadi kenaikan perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern. Berdasarkan observasi dan wawancara responden menjelaskan bahwa responden merasa nyaman belanja di pasar modern karena tempatnya yang bersih dengan tata ruang yang tertata rapi selain itu tempat penjualan barang seperti rak atau etalase yang bersih.

Kenyamanan dalam pelayanan dimana pegawai selalu memberikan pelayanan yang ramah dan berpakaian rapi. Harga produk yang dijual relative terjangkau bagi responden selain itu responden tidak perlu repot untuk proses tawar menawar.

Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa di Kabupaten Jombang telah berdiri berbagai pusat perbelanjaan modern seperti Keraton, dengan adanya pusat belanja yang menyediakan fasilitas kebersihan, kenyamanan, kelengkapan barang dan harga yang terjangkau tentunya akan mengusik keberadaan pasar tradisional. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional, telah menimbulkan persaingan antara keduanya. Menjamurnya pusat perbelanjaan modern dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan.

Pembeli di pasar tradisional yang biasanya kaum ibu rumah tangga mempunyai perilaku yang senang bertransaksi dengan berkomunikasi/berdialog dalam hal penetapan harga, mencari kualitas barang, memesan barang yang konsumen inginkan, dan perkembangan harga barang-barang lainnya (Sinaga, 2008). Selain itu, pembeli di pasar modern biasanya para ibu yang sibuk bekerja saat pagi hari sehingga tidak sempat untuk berbelanja di pasar tradisional dan lebih memilih berbelanja di pasar modern. Munculnya pasar-pasar modern selain menguntungkan bagi konsumen juga menjadi ancaman bagi keberadaan pasar-pasar tradisional (Nielson, 2005 dalam Sinaga, 2008).

Perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern dipengaruhi oleh harga. Menurut Umar (2012) harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk yang ditetapkan oleh pemasar. Harga berhubungan dengan keputusan konsumen apabila harga yang ditetapkan sesuai dan terjangkau oleh masyarakat maka akan menimbulkan suatu keputusan pembelian suatu produk yang ditawarkan.

Strategi harga yang diberikan oleh pasar tradisional dan pasar modern juga merupakan perbedaan yang signifikan. Dari harga dapat kita lihat yaitu kewajaran harga, harga yang lebih murah terhadap pasar lain, daya tarik harga dan kesesuaian harga dengan kualitas. Konsumen cenderung berbelanja di pasar modern karena terdapat kejelasan harga.

Selain itu perpindahan belanja masyarakat dipengaruhi oleh kebersihan tempat. Kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk di antaranya, debu, sampah. Dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai tempat, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana dalam mendapatkan kebutuhan khususnya makanan, tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit (Yuliarsih, 2002).

Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi

waktu operasional yang relatif terbatas, rendahnya tingkat keamanan, tidak tertata parkir. Pasar tradisional identik dengan kondisi yang kotor dan bau, sehingga memberikan atmosfer yang tidak nyaman dalam berbelanja. Ini merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional. Sebaliknya, pusat perbelanjaan modern memberikan suasana berbelanja yang nyaman serta dilengkapi pendingin ruangan dengan fasilitas belanja yang bersih dan higienis, maka tidak salah apabila konsumen lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern dibandingkan pasar tradisional. Kompleksitas kelemahan pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen beralih dari pasar tradisional ke pasar modern (Agung, 2010).

Melihat adanya fenomena yang menarik di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul sebagai berikut, “Analisis Pengaruh Harga dan Kebersihan Terhadap Perpindahan Belanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern Di Kota Jombang (Studi Kasus Pada Pasar Modern Keraton Jombang)”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern?
2. Apakah kebersihan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern di?

### **1.3. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode penelitian menggunakan Regresi Linier Berganda.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Desember 2017 sampai dengan Agustus 2017.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Jombang yang pernah membeli barang di pasar tradisional legi Jombang berpindah ke pasar modern keraton Jombang.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh harga terhadap perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern.
2. Untuk menjelaskan dan menganalisis apa pengaruh kebersihan terhadap perpindahan belanja dari pasar tradisional ke pasar modern.



## **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Menjadi bahan masukan dan keilmuan dalam lembaga dalam mengevaluasi perkembangan dunia perekonomian, terutama kajian manajemen pemasaran mengenai perpindahan belanja dikaitkan dengan karakteristik masyarakat tentang harga dan kebersihan pusat belanja, serta dapat dijadikan sebagai bukti empirik dan bahan informasi bagi para peneliti berikutnya.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Menjadi bahan pertimbangan dan masukan pada lembaga atau pasar baik pasar tradisional khususnya pasar tradisional Legi maupun pasar modern khususnya pasar modern Keraton dalam meningkatkan peran dan pelayanannya. Dapat dijadikan pertimbangan untuk menyusun dan memberikan kebijakan yang sesuai dengan kondisi riil yang ada khususnya tentang tata kelola pasar.